

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Putih (*Allium Sativum*) di Pasar Kota Bandung

Yudha Galtieri¹, Euis Dasipah², Nendah Siti Permana²

¹Dinas Ketahanan Pangan Dan Pertanian Kota Bandung

²⁻³Program Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti

Korespondensi: galtierigaltieri1@gmail.com

(**Received:** 12-02-24; **Published:** 29-02-24)

ABSTRACT

Garlic is a commodity that has a wide market, the increase in demand for garlic must be balanced with the amount of garlic production in Bandung. This study aims to analyze and find out the factors that influence the demand for garlic in Bandung. The method used is quantitative, using a purposive sampling method and using a questionnaire data collection technique. This study used a total of 100 respondents consisting of 95 percent women and 5 percent men. The results of this study show that the price of garlic, consents income and total family members have a significant effect on the demand for garlic in the Bandung city market, while education and taste have no effect on the demand for garlic in the Bandung city market. The implications of this research are expected to be able to provide insight into consuming garlic according to needs so that there is no scarcity of garlic in the market.

Keywords: *Garlic; request; Price; Income; Number of Families; Education; taste*

ABSTRAK

Bawang putih ialah salah satu komoditas yang mempunyai pasar yang luas, peningkatan jumlah permintaan akan bawang putih harus diimbangi dengan jumlah produksi bawang putih di Bandung. Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan mencari tau terkait faktor yang mempengaruhi permintaan bawang putih di Bandung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, menggunakan metode *purposive sampling* dan memakai metode pengumpulan data kuisioner. Total responden penelitian sebanyak 100 yang terdiri dari 95 persen perempuan dan 5 persen laki-laki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Harga Bawang Putih, Pendapatan Konsumen dan Total Anggota keluarga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Bawang Putih di Pasar Kota Bandung, sedangkan Pendidikan dan Selera terbukti tidak berpengaruh terhadap Permintaan Bawang Putih di Pasar Kota Bandung. Implikasi penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan untuk mengkonsumsi bawang putih sesuai dengan kebutuhan sehingga tidak terjadi kelangkaan bawang putih dipasaran.

Kata Kunci: Bawang Putih; Permintaan; Harga; Pendapatan; Jumlah Keluarga; Pendidikan; Selera

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang menjadikan tani berperan penting pada perekonomian nasional negara, negara agraris sendiri ditandai dengan dominasi penduduk yang bertempat tinggal dan bekerja pada sektor pertanian, dikarenakan negara Indonesia memiliki ciri tersebut maka Indonesia merupakan negara agraris (Mu'ammal Jan Prangge, 2023).

Pada sektor pertanian yang menjadikan pusat dari perhatian adalah sub sektor hortikultura bawang putih dikarenakan sub sektor ini memiliki potensi yang paling besar dalam peningkatan akan kesejahteraan petani, peningkatan ekonomi daerah dan adanya peningkatan akan devisa negara melalui ekspor (Marina, I., Sukmawati, D., Juliana, E., & Safa, Z. N. 2024).

Indonesia di tiap tahunnya mengalami peningkatan akan permintaan bawang putih namun hal ini tidak sebanding dengan produksi bawang putih yang menurun di tiap tahunnya, sehingga pemerintah indonesia mengambil kebijakan import bawang putih dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat (Edward Cristiano, 2023). Kebijakan ini terus-menerus berlanjut hingga saat ini dan menghasilkan tabel produksi bawang putih sebagai berikut:

Tabel 1 Produksi Bawang Putih di Indonesia Tahun 2017 – 2021

No.	Uraian	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1.	Produksi Bawang Putih (Ton)	19.510	39.302	88.816	81.805	45.092

Sumber: BPS RI Tahun 2022

Berdasarkan tabel tersebut diketahui pemenuhan akan kebutuhan bawang putih nyatanya masih tergantung pada produksi musiman yang menjadikan potensi tidak terpenuhinya kebutuhan masyarakat terhadap bawang putih di luar musim panen, hal ini juga yang menjadikan pemerintah Indonesia melakukan import bawang putih dari negara-

negara lain terutama China secara terus-menerus. Padahal peningkatan import secara terus menerus akan memberikan dampak negatif pada kesejahteraan yang dirasakan oleh para petani, penurunan ekonomi daerah dan penurunan akan devisa negara melalui ekspor (Sukmawati, D., Sulaksana, J., Marina, I., & Harkhan, F. A. 2022).

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Bawang Putih (*Allium Sativum*) di Kota Bandung”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini melakukan pengambilan sampel secara acak (*purposive*) dengan menentukan lokasi penelitian yang ditetapkan pada Pasar Kosambi, Pasar Ujung Berung dan Pasar Sederhana, sedangkan untuk waktu penelitian dimulai pada April 2023 sampai Juli 2023.

Penelitian ini menggunakan metode akumulasi data menyesuaikan akan ragam data yang diperlukan yaitu: Data primer dengan cara observasi yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian, melakukan wawancara pada responden dan melakukan penyebaran kuisioner, sedangkan data sekunder menggunakan cara penggalan dari sumber yang sudah ada seperti, buku fisik maupun online, jurnal dengan batasan waktu maksimal 10 tahun terakhir dan website terpercaya (Sukmawati, D., & Suryaman, S. 2024).

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dalam melakukan penganalisisan hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui pengaruh yang dihasilkan oleh keseluruhan variabel bebas secara bersamaan pada variabel Permintaan Bawang Putih (Y)

Sebelum memasuki pengujian regresi penelitian ini melalui serangkaian analisis asumsi klasik yang terdiri dari empat rangkaian yaitu: uji

normalitas untuk mengetahui data mendekati atau berdistribusi normal, uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah data variabel bebas saling mempengaruhi, uji autokorelasi untuk mengetahui korelasi berupa gangguan yang terjadi pada periode t dengan gangguan pada periode t-1 (sebelum t) dan uji heteroskedastisitas untuk mendeteksi adanya perbedaan varian residual yang dihasilkan oleh data yang diteliti pada periode yang berbeda-beda (Sukmawati, D., & Dasipah, E. 2022).

Sedangkan untuk uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (faktor-faktor) pada penelitian ini secara parsial (Mandiri) pada variabel Permintaan Bawang Putih (Y) dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Faktor-faktor) pada penelitian ini secara simultan (Bersamaan) terhadap Permintaan Bawang Putih (Y).

PEMBAHASAN DAN HASIL

Data-data yang dihasilkan dari ke enam variabel tersebut kemudian dilakukan pengujian asumsi klasik yang menghasilkan, berdasarkan uji asumsi klasik data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi $0,107 > 0,05$, berdasarkan uji multikolinieritas dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas dengan nilai *torelance* variabel bernilai 0,1 dan VIF < 10.

Berdasarkan uji autokorelasi diperoleh nilai $dw_s 1,914$, $\alpha=0,05$, banyaknya variabel bebas pada penelitian ini = 6 dan jumlah responden yang ada $n = 100$, maka diperoleh nilai $dU=1,803$ dan $4-dU=2,197$. Dari pengujian autokorelasi diperoleh nilai $dw (1,914)$ nilai berada di antara dU dan $4-dU$ maka tidak ditemukan autokorelasi dalam data, data ini juga dinyatakan lolos dari pengujian heteroskedastisitas karena tidak ada pola yang jelas. Sehingga data ini dapat dilanjutkan ke pengujian regresi.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-22.914	6.749		-3.395	.001
	X1. Harga Bawang Putih	.000353	.000	.238	2.937	.004
	X2. Harga Bawang Bombay	.000174	.000	.099	1.250	.214
	X3. Pendapatan	3.682E-7	.000	.411	4.875	.000
	X4. Jumlah Anggota Keluarga	.905	.267	.293	3.394	.001
	X5. Pendidikan	-.192	.267	-.057	-.722	.472
	X6. Seler Konsumen	-.206	.867	-.019	-.238	.813

a. Dependent Variable: Y. Permintaan Bawang Putih

Sumber: Output SPSS v26 (2023)

Berdasarkan Tabel 2, dari kolom Unstandardized B yang merupakan nilai konstanta dan koefisien regresi, diperoleh persamaan berikut:

$$Y = -22,914 + 0,000353 X1 + 0,000174 X2 + 3,682 \times 10^{-7} X3 + 0,905 X4 - 0,192 X5 - 0,206 X6 + e$$

Hal ini mengartikan dengan nilai konstanta (a) = -22,914, jika enam variabel bebas bernilai nol maka akan mempengaruhi akan penurunan Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar -22,914 kg. Nilai Koefisien Regresi $b1 = 0,000353$ mengartikan peningkatan Harga Bawang Putih (X1) sebesar Rp.10.000 akan meningkatkan Permintaan Bawang Putih (Y) 3,53 kg per bulan per keluarga. Nilai Koefisien Regresi $b2 = 0,000174$ mengartikan peningkatan Harga Bawang Bombay (X2) meningkat sebesar Rp.10.000 akan meningkatkan Permintaan Bawang Putih (Y) 1,74 kg per bulan per keluarga. Nilai Koefisien Regresi $b3 = 3,682^{-7}$ mengartikan jika Pendapatan (X3) konsumen meningkat sebesar Rp.100.000 akan meningkatkan Permintaan Bawang Putih (Y) 0,03682 kg per bulan per keluarga. Nilai Koefisien Regresi $b4 = 0,905$ mengartikan jika Banyaknya Anggota Keluarga (X4) bertambah 1 orang akan meningkatkan Permintaan Bawang Putih (Y) 0,922 kg per bulan per keluarga. Nilai Koefisien Regresi $b5 = -0,192$ mengartikan jika Tingkat Pendidikan Responden (X5) meningkat 1 jenjang akan menurunkan Permintaan Bawang Putih (Y)

0,192 kg per bulan per keluarga. Nilai Koefisien Regresi $b_6 = -0,206$ mengartikan konsumen yang menyukai bawang putih diprediksi dapat menurunkan Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar 0,206 kg per bulan per keluarga.

Tabel 3. Hasil Uji Determinasi Secara Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.443	.408	2.67143

a. Predictors: (Constant), X6. Selera Konsumen, X3. Pendapatan, X5. Pendidikan, X2. Harga Bawang Bombay, X1. Harga Bawang Putih, X4. Jumlah Anggota Keluarga

b. Dependent Variable: Y. Permintaan Bawang Putih

Sumber: Pengolahan SPSS v26 (2023)

Tabel 4 Interpretasi Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: (Sugiono, 2017)

Berdasarkan hasil olah SPSS pada Tabel 3 diketahui korelasi antara enam variabel bebas terhadap Permintaan Bawang Putih adalah sebesar 0,666. Nilai ini tergolong kuat yang mengartikan Harga Bawang Putih (X1), Harga Bawang Bombay (X2), Pendapatan (X3), Total Anggota Keluarga (X4), Pendidikan Responden (X5) dan Selera Konsumen (X6) memiliki hubungan yang kuat pada Permintaan Bawang Putih (Y) secara simultan.

Selain itu berdasarkan Tabel 3 diketahui variabel Harga Bawang Putih (X1), Harga Bawang Bombay (X2), Pendapatan (X3), Total Anggota Keluarga (X4), Pendidikan Responden (X5) dan Selera Konsumen (X6) dinyatakan berpengaruh positif sebesar 0,443 (44,3%) terhadap Permintaan Bawang Putih, sedangkan sisanya 55,7 persen (100%-44,3%) dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti. harga, pendapatan, jumlah anggota keluarga, pendidikan responden, selera konsumen, dan permintaan

bawang putih dapat mencerminkan pola perilaku konsumen dalam memilih dan membeli produk. Secara umum, variabel-variabel ini mencerminkan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dan kemampuan mereka untuk membeli bawang putih (Marina, I., Andayani, S. A., Sumantri, K., & Wiranti, S. E. 2023).

Tabel 5. Hasil Uji Determinasi Secara Parsial

Coefficients ^a			
Model		Standardized Coefficients Beta	Correlations Zero-order
1	X1. Harga Bawang Putih	.238	.318
	X2. Harga Bawang Bombay	.099	.094
	X3. Pendapatan	.411	.534
	X4. Jumlah Anggota Keluarga	.293	.452
	X5. Pendidikan	-.057	-.091
	X6. Selera Konsumen	-.019	-.066

a. Dependent Variable: Y. Permintaan Bawang Putih

Sumber: Pengolahan SPSS v26 (2023)

Untuk mendapatkan koefisien determinasi parsial untuk variabel Harga Bawang Putih, diperoleh dari perkalian nilai Beta dengan Correlation Zero Order di atas sehingga diperoleh nilai KD Parsial Harga Bawang Putih (X1) terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar 7,6 persen, KD Parsial Harga Bawang Bombay (X2) terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar 0,9 persen, KD Parsial Pendapatan (X3) terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar 21,9 persen. KD Parsial Total Anggota Keluarga (X4) terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar 13,3 persen, KD Parsial Pendidikan Responden (X5) terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar 0,5 persen dan KD Parsial Selera Konsumen (X6) terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) sebesar 0,1 persen.

Penelitian ini juga menghasilkan pengujian hipotesis parsial dengan ketentuan tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima H_a : X berpengaruh signifikan terhadap Y. Berdasarkan Tabel 2 dan ketentuan hipotesis parsial diketahui:

1. Harga Bawang Putih (X1) memiliki nilai sig 0,004 maka H_0 diterima artinya secara parsial Harga Bawang Putih (X1) terbukti

- berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Mariyah, 2023) dan (Rahmayanti Sipatuhar, 2023) yang menyatakan variabel harga berpengaruh akan terciptanya nilai variabel permintaan.
2. Harga Bawang Bombay (X2) memiliki nilai sig 0,214 maka H_0 ditolak artinya secara parsial Harga Bawang Bombay (X2) terbukti tidak berpengaruh terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu Titin Mariyah (2023) dan Rahmayanti Sipatuhar (2023) yang menyatakan variabel harga berpengaruh akan terciptanya nilai variabel permintaan.
 3. Pendapatan (X3) memiliki nilai sig 0,000 artinya secara parsial Pendapatan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Saripa, 2022) yang menyatakan variabel pendapatan berpengaruh akan terciptanya nilai variabel permintaan.
 4. Total Anggota Keluarga (X4) memiliki nilai sig 0,001 maka H_0 diterima artinya secara parsial Total Anggota Keluarga (X4) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, hal ini diperkuat penelitian (Arafah, 2019) yang juga menutarakan variabel total anggota keluarga berpengaruh akan terciptanya nilai variabel permintaan.
 5. Pendidikan (X5) memiliki nilai sig 0,472 maka H_0 ditolak artinya secara parsial Pendidikan yang dimiliki responden (X5) terbukti tidak berpengaruh terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Rahmayanti Sipatuhar, 2023) yang menyatakan variabel total anggota keluarga tidak berpengaruh akan terciptanya nilai variabel permintaan.

6. Selera Konsumen (X6) memiliki nilai sig 0,813 maka H_0 ditolak artinya secara parsial Selera Konsumen (X6) tidak berpengaruh terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, hal ini tidak membuktikan seperti pernyataan yang di katakan pada penelitian terdahulu (Arafah, 2019) yang menyatakan 46,5 persen dipengaruhi selera konsumen.

Tabel 6. Hasil Hipotesis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	528.907	6	88.151	12.352	.000 ^b
	Residual	663.700	93	7.137		
	Total	1192.607	99			

a. Dependent Variable: Y. Permintaan Bawang Putih

b. Predictors: (Constant), X6. Selera Konsumen, X3. Pendapatan, X5. Pendidikan, X2. Harga Bawang Bombay, X1. Harga Bawang Putih, X4. Jumlah Anggota Keluarga

Sumber: Pengolahan SPSS v26.0, 2023

Berdasarkan Tabel 6 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 12,352 dan sig = 0,000 artinya secara simultan Harga Bawang Putih (X1), Harga Bawang Bombay (X2), Pendapatan (X3), Total Anggota Keluarga (X4), Pendidikan Responden (X5) dan Selera Konsumen (X6) berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung.

Berdasarkan teori permintaan (Fair, 2005) faktor yang mempengaruhi permintaan terdiri dari harga yang dimiliki oleh barang itu sendiri, harga yang dimiliki oleh barang pengganti, pendapatan responden, total tanggungan dan Pendidikan (Sukmawati, D., Dasipah, E., & Nurdin, A. 2023). Pada penelitian ini harga barang yang diteliti adalah bawang putih.

Bawang putih ialah tumbuhan yang telah diketahui semenjak 4.000 tahun yang lalu, bawang putih memiliki beberapa fungsi baik dalam segi makanan yang mana dapat digunakan sebagai bumbu masakan, sebagai obat dari berbagai penyakit, sebagai bahan obat dan merupakan tanaman obat tertua yang dikenal sejauh ini. Faktor pengaruh akan permintaan

bawang putih yang di sesuaikan dengan teori Case dan Fair (2005) terbagi menjadi:

1. Harga barang itu sendiri, dalam hal ini merupakan harga dari bawang putih yang ada saat ini.
2. Harga barang pengganti, di Indonesia umumnya pengganti dari bawang putih adalah bawang bombay, hal ini dikarenakan bawang bombay hanya dapat menggantikan bawang putih sebagai bahan masakan, dalam segi obat, fungsi bawang bombay jauh berbeda dengan bawang putih.
3. Pendapatan, hal ini dikarenakan seseorang yang ingin melakukan pembelian akan bawang putih tidak akan melakukan pembelian jika konsumen tersebut tidak memiliki pendapatan yang cukup
4. Total tanggungan, dalam hal ini tanggungan yang dimaksud adalah total anggota keluarga, semakin banyak anggota keluarga maka akan memerlukan semakin banyak permintaan akan penggunaan bawang putih.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari enam faktor yang menjadi variabel prediktor atau variabel bebas yang diprediksi mempengaruhi Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, tiga diantaranya memberikan pengaruh yang signifikan yakni Harga Bawang Putih (X1), Pendapatan (X3) dan Total Anggota Keluarga (X4). Sedangkan tiga faktor lainnya yakni Harga Bawang Bombay (X2), Pendidikan Responden (X5) dan Selera Konsumen (X6) dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung.

Dari tiga faktor atau variabel bebas yang berpengaruh terhadap Permintaan Bawang Putih (Y) di Pasar Kota Bandung, pengaruh paling dominan diberikan oleh Pendapatan (X3) sebesar 21,9 persen, selanjutnya Total Anggota Keluarga (X4) sebesar 13,3 persen dan Harga Bawang Putih (X1) sebesar 7,6 persen.

5. Pendidikan, semakin tinggi pendidikan konsumen cenderung akan berperilaku lebih bijaksana dan cerdas dalam melakukan pembelian.

Selain ke lima faktor tersebut berdasarkan hasil penelitian (Arafah, 2019) sebesar 46,5 persen permintaan bawang putih dipengaruhi akan selera konsumen, hal ini dikarenakan walaupun konsumen tersebut memiliki pendapatan yang tinggi jika konsumen tersebut tidak menyukai bawang putih maka tidak akan terjadi permintaan akan bawang putih.

Oleh karenanya peneliti menetapkan penelitian akan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan akan bawang putih menjadi Harga Bawang Putih (X1), Harga Bawang Bombay (X2), Pendapatan (X3), Banyaknya Anggota Keluarga (X4), Pendidikan Responden (X5) dan Selera Konsumen (X6) (Marina, I., Andayani, S. A., Dinar, D., & Gimnastiar, A. A. 2023).

Saran

Penulis berharap konsumen memiliki pengetahuan dan bijak dalam melakukan pembelian bawang putih, hal itu dikarenakan pola iklim di Indonesia yang menjadikan bawang putih tidak dapat diproduksi di seluruh musim.

Penulis juga mengharapkan jikalau konsumen mendapatkan informasi akan adanya kenaikan harga bawang putih konsumen tidak langsung melakukan pembelian besar-besaran (*panic buying*) untuk menghindari kerugian, hal ini dikarenakan dapat mengakibatkan penggunaan bawang putih yang tidak fresh karena disimpan terlalu lama.

Penulis juga menyadari bahwa sistem distribusi bawang putih memerlukan banyak perbaikan, dengan adanya bantuan dari warga yang tidak melakukan pembelian berlebih di luar musim panen, pengurangan akan ekspor bawang putih dan pengetatan akan pemecahan kasus penggelapan dan penimbunan bawang putih yang

sudah sering terjadi dari tahun ketahunnya, penulis rasa akan sangat memperbaiki kondisi permintaan bawang putih lokal.

Penulis menyadari bahwa saran yang diungkapkan bukanlah perihal yang mudah dalam pelaksanaannya, dibutuhkan kerjasama keseluruhan pihak warga Indonesia demi kestabilan sektor pertanian sub sektor hortikultura bawang putih di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Aurelia, M., Sahara, S., & Hakim, D. B. (2022). Covid-19 Pandemi dan Dinamika Harga Bawang Merah di Provinsi-Provinsi di Indonesia. *Jurnal Policy Brief IPB University*, 4, 1–6.

Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. (2022). *Distribusi Perdagangan Komoditas Bawang Merah Indonesia Tahun 2022*.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamidah, K., Syahni, R., & Sari, R. (2019). Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatra Barat. *Suluh Pembangunan : Journal of Extension and Development*, 2(1), 62–68. <https://doi.org/10.23960/jsp.vol2.no1.2020.49>

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Ustiawaty, R. A. F. J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *Pustaka Ilmu* (Nomor March). CV. Pustaka Ilmu Group.

Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Nomor Maret). Pustaka Ilmu.

Husen, F., Nendissa, D. R., Levis, L. R., Pellokila, M. R., & Khoiriyah, N. (2022). Struktur Dan Perilaku Pasar Komoditi

Bawang Merah. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 3(1), 30. <https://doi.org/10.33474/jase.v3i1.17687>

Marina, I., Andayani, S. A., Sumantri, K., & Wiranti, S. E. (2023). Tinjauan Komoditas Unggulan Tanaman Pangan: Analisis Lokasi dan Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Majalengka. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*, 2(2), 7-14.

Marina, I., Andayani, S. A., Dinar, D., & Gimnastiar, A. A. (2023). Optimasi Pertanian Bawang Merah: Studi Tentang Pengaruh Faktor Produksi. *Journal of Sustainable Agribusiness*, 2(2), 6-12.

Marina, I., Sukmawati, D., Juliana, E., & Safa, Z. N. (2024). Dinamika Pasar Komoditas Pangan Strategis: Analisis Fluktuasi Harga Dan Produksi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 12(1), 160-168.

Purnomo, R. A. (2016). Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS. In P. C. Ambarwati (Ed.), *Cv. Wade Group* (1 ed.). CV. Wade Group.

Rahardja, Prathama dan Manurung, M. (2015). *Teori Ekonomi Makro; Suatu Pengantar* (Edisi ke 5). Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Rasidin, R., Nuddin, A., & Irmayani, I. (2020). Analisis Permintaan Komoditi Cabai Merah di Kabupaten Sindenreng Rappang. *Jurnal JPlantklopedia*, 2, 41–55.

Revi Sunaryati. (2016). ANALISIS PERMINTAAN BERAS DI PROVINSI KALIMANTAN TENGAH. *Jurnal Daun*, Vol. 3 No., 99–107.

Rosdiana, R. (2021). Intervensi Gaya Hidup Terhadap Pencegahan Obesitas Pada Remaja di SMP Khadijah Kota Makassar. *Citizen-Based Marine Debris Collection Training: Study case in Pangandaran*, 2(1), 56–61.

Sihabudin, S., Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. ijaya, Arofah, I., Ningsi, B. A.,

- Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin, S. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sukmawati, D., & Dasipah, E. (2022). Pengaruh Karakteristik Internal dan Eksternal Petani Terhadap Keberhasilan Usaha Bibit Sengon (*Paraserienthes falcataria*)(Suatu Kasus di Kebun Bibit, Jawa Barat). *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 10(2), 194-199.
- Sukmawati, D., Sulaksana, J., Marina, I., & Harkhan, F. A. (2022). Pendapatan Usahatani Padi Dengan Varietas Inpari 32 Di Kelompok Tani Gangsa 1. *Journal of Innovation and Research in Agriculture*, 1(2), 60-64.
- Sukmawati, D., Dasipah, E., & Nurdin, A. (2023). Changes in Subsidized Fertilizer Policy on Factors of Production and Farm Income of Red Chili (*Capsicum Annuum L*) in Cianjur Regency. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(3), 246-252.
- Sukmawati, D., & Suryaman, S. (2024). Product And Management Excellence As Majoar Determinants Of Production: Implications For Rice Farming Income Of Mentik Susu Variety. *Water-Air-Soil for Sustainable Agriculture and People Well-being*, 48.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul regresi linier berganda. In *Universitas Udayana*. Universitas Udayana.